

**Д. С. Кулешова**

## ЭМОДЗИ КАК УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

Для лингвистов эмодзи представляет особый интерес. Являясь виртуальным графическим элементом, он сочетает в себе признаки, характерные для слов, предложений и знаков препинания. Но в большинстве исследований посвящённых «языку эмодзи», эмодзи чаще всего анализируется и сопоставляется со словом.

Если сравнивать «язык эмодзи» с другими, то большее сходство он будет демонстрировать с языками иероглифическими, например: в китайском языке выделяют пиктограммы, идеограммы и фоноидеограммы. Эмодзи одновременно сочетает в себе пиктографическую и идеографическую части. Однако в отличие от иероглифов при анализе графической составляющей значение эмодзи определяется человеком интуитивно.

По статистическим данным сайта [EmojiPedia.org](https://emojipedia.org), по состоянию на сентябрь 2024 г. насчитывается 3790 эмодзи. Все они разделены на 9 групп. Такое разнообразие эмодзи, с одной стороны, делает их универсальным инструментом интернет-коммуникации, с другой – представляет сложность для изучения и анализа. Эмодзи из разделов про еду, спорт, животных гра-

фически отображают предметы действительности и являются однозначными, за исключением эмодзи с метафорическими образами. В момент общения такие эмодзи обрабатываются коммуникантами быстрее, чем иные знаки «языка эмодзи», например, эмотиконы. Эмодзи, представляющие собой изображения объектов реального мира и простейшие индексальные знаки типа указателей, с легкостью конструируют визуальную составляющую текста. Нередко такие эмодзи используются в коммерческой деятельности, чтобы зацепить взгляд пользователей, а также для создания положительного образа товара или услуги, ощущения расположения к контенту.

Наибольший интерес для анализа представляют эмодзи, изображающие различные эмоции и состояния. Для таких эмодзи характерны полисемия и омонимия вследствие возможностей пользователей интерпретировать и реализовывать их в разных контекстах и с разными целями.

Помимо лексического строя «языка эмодзи», некоторые исследователи рассматривают и его грамматический строй, а именно синтаксис (и пунктуацию). Эмодзи вне контекста – законченное предложение. Эмодзи в середине предложения – замещение слова или понятия. Обладая лексическим значением и будучи эмоционально окрашенными, эмодзи в конце предложения могут повторять, замещать не только слова, но и знаки препинания («.», «?», «!»), придавая предложению / тексту смысловую завершенность. Во время коммуникации интернет-пользователи обрабатывают грамматическую и лексическую стороны эмодзи автоматически, если они стоят обособленно или сочетаются с контекстом / другим эмодзи. В ином случае пользователь затрачивает больше времени на обработку сообщения, и есть шанс возникновения коммуникативной неудачи.

За счёт своей вездесущности и гибкости в использовании эмодзи крайне сложно структурировать, учитывая все аспекты, которые он охватывает. На данный момент наиболее структурированные материалы по эмодзи представлены в онлайн-словаре Emojipedia (<https://emojipedia.org/>) и на сайте, созданном в 2021 г. Томасом Хеллером, который объединяет все официальные ресурсы, аккумулирующие данные по «языку эмодзи» (<https://tmh.conlang.org/emoji-language/>). Отметим, что подробно структурированные материалы на сегодняшний день охватывают исключительно англоязычный сегмент.